



ماهنامه علمی تخصصی پیا شهر



شماره مجوز مجله: 80400

زمان پذیرش نهایی: 99/07/20

شناسایی و اولویت بندی خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری دریایی در سواحل مکران استان سیستان و بلوچستان

عبدالمجید ایمانی¹، آیسا هوتی²

1-استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

2-کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی گذاری عمومی؛ دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری دریایی در سواحل مکران استان سیستان و بلوچستان است. جامعه آماری این پژوهش شامل هتلداران، گردشگران، کارکنان و کارشناسان شاغل در سازمان گردشگری شهرستان چابهار می‌باشد، روش نمونه‌گیری هدفدار انتخاب شده است که تعداد 30 نفر از خبرگان انتخاب شدند. پرسشنامه مورد استفاده در این مطالعه، یک پرسشنامه محقق ساخته بررسی وضعیت موجود و مطلوب است که برای تعیین اهمیت هر یک از عوامل در شرایط موجود و مطلوب نسبت به سایر عوامل در اختیار خبرگان و صاحب‌نظران (جامعه آماری) قرار داده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد خط‌مشی‌ها هر بخش به تفکیک نقش و مرحله اجرا تبیین شد و میزان اهمیت هر کدام و شرایط موجود و مطلوب تبیین شد. در مقایسه وضعیت موجود و مطلوب ضرایب t کوچک‌تر از ناحیه بحرانی جدول با ضریب اطمینان 95 درصد می‌توان نتیجه گرفت که شرایط مناسبی در وضعیت موجود وجود ندارد و خبرگان بیان داشته‌اند که شرایط موجود نامناسب است. و همچنین جدول مقایسه شرایط موجود و مطلوب شکاف زیادی بین شرایط موجود و مطلوب را نشان می‌دهد نتایج نشان داد؛ هر مرحله از شکل‌گیری کسب و کارها باید دارای خط‌مشی مربوط و مناسب به آن بخش بود و در نقش‌های هنجاری و تنظیمی و شناختی دولت باید این خط‌مشی‌ها در هر مرحله چارچوب تصمیم‌گیری باشد تا با اجرای برنامه‌ها به وضعیت مطلوب و توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری برسیم.

کلمات کلیدی: خط‌مشی، توسعه کارآفرینی، گردشگری دریایی، سواحل مکران، سیستان و بلوچستان

مقدمه

بیان مساله

کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاقانه و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع به ایجاد کسب‌وکارهای جدید مبادرت می‌ورزد این امر توأم با ریسک‌پذیری است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت جدید به جامعه می‌شود اندیشمندانی مانند شومپیتر (۱۹۳۴) برج (۱۹۸۷) و گرچوف و فیلیپس (۱۹۸۸) کارآفرینی را فرایندی می‌دانند که از طریق نوآوری باعث ایجاد شغل جدید و به دنبال آن ثروت می‌شود به بیان دقیق‌تر در سطح کلان کارآفرینی به مفهوم مشوق تغییرات ساختاری و توسعه اشتغال است و در سطح خرد کارآفرینی به مفهوم تأسیس کسب‌وکارهای جدید است (علی‌آبادی و همکاران، 1397).

مفهوم خط‌مشی توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارد برای مثال در ایالات متحده در ایجاد جو اقتصاد مناسب در جهت شکل‌گیری شرکت‌های کارآفرینانه نوآوری تأکید می‌شود تا این شرکت‌ها محصولات و خدمات را تولید بازارهای جدید را توسعه دهند. در انگلستان این خط‌مشی‌ها به مفهوم ایجاد و بهبود نگرش نسبت به کارآفرینی افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش تعداد و کیفیت شرکت‌های نوپا هستند (عربین و همکاران، 1389).

در مجموع مقایسه تطبیقی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد ابعاد سیاست‌های توسعه کارآفرینی را می‌توان ۶ گروه به شرح زیر دسته‌بندی کرد ۱- ترویج کارآفرینی باهدف ارتقاء نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی ۲- آموزش کارآفرینی در سیستم آموزشی باهدف افزایش تأکید بر کارآفرینی در سیستم تحصیلی ۳- بهبود محیط شرکت‌های نوپا تسهیل ورود بقا و رشد شرکت‌ها کمک به ورود بقا و رشد و خروج آسان به‌وسیله کاهش الزامات اداری و نظارتی ۴- تأمین سرمایه اولیه و راه‌اندازی باهدف افزایش تأمین مالی کارآفرینان جدید و شرکت‌های نوپا ۵- پشتیبانی از کسب‌وکار شرکت‌های نوپا افزایش کمیّت و کیفیت حمایت از کسب‌وکارها برای کارآفرینان در حال ظهور و جدید ۶- استراتژی‌های توجّه به گروه هدف افزایش نرخ راه‌اندازی کسب‌وکار بین گروه‌های جامعه کمتر مورد توجّه جوانان و زنان و یا برای افزایش تعداد کارآفرینان نوآور (سجادی، ۱۳۹۱). در این زمینه گردشگری دریایی یکی از شاخه‌های گردشگری به شمار می‌رود که در سال‌های اخیر طرفداران بسیاری را جذب نموده و به‌عنوان پتانسیلی بالقوه جهت رشد اقتصادی مناطق ساحلی محسوب می‌گردد (Peng et al, 2016). در این بین رشد گردشگری دریایی منتج به منافع بسیاری برای نواحی ساحلی می‌شود که تنها در نتیجه یک برنامه‌ریزی مناسب و دقیق تحقق می‌یابد (شهرکی ده‌سوخته و همکاران، 1397). خط‌مشی کارآفرینی موضوع جدیدی است که به‌تازگی وارد دستگاه خط‌مشی‌گذاری دولت‌ها شده از این‌رو همچنان رتبه‌گیر ابعاد و عناصر اصلی آن توافق وجود ندارد به اعتقاد پژوهشگران ظهور خط‌مشی کارآفرینی واکنش به تغییر جهت از اقتصاد مدیریت شد به اقتصاد کارآفرینانه است (دانایی‌فرد، حسن، ۱۳۸۸). سیاست کارآفرینی سیاستی است که باعث تشویق عوامل اقتصادی به مفهوم ایده‌های کسب‌وکار تسهیل ورود کسب‌وکار جدید اقدام‌های غیرمستقیم به‌عنوان مثال تسهیل ورود با تغییرات یا بهبود نهادها آیین‌نامه‌ها یا زیرساخت‌ها و به‌طور مستقیم هدف قرار دادن عوامل اقتصادی به‌طور بالقوه امکان دارد باعث شروع یک کسب‌وکار شود (ایمانی و همکاران، 1395).

گردشگری به‌مانند بسیاری از مفاهیم علوم انسانی تعاریف گوناگونی برای آن ارائه شده است در فرهنگ لغت لانگمن گردشگری به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است سازمان ملل گردشگری تاکنون چندین تعریف از گردشگری ارائه کرده است طبق آخرین تعریف این سازمان گردشگری مجموعه اقداماتی است که یک فرد یا گروه در مکانی غیر از محیط معمولی زندگی خود انجام می‌دهند و این سفر بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف از آن سرگرمی تفریح استراحت و ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است به نظر می‌رسد که گردشگری یک فرآیند است که متضمن حرکت و جابجایی در زمان محدود و مشخص است و هدف از آن گذراندن اوقات فراغت و سرگرمی و بعضاً کسب آگاهی برای گردشگری و کسب منافع اقتصادی برای ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری کشور میزبان می‌باشد پرواضح است که در فرایند گردشگری فعالیت‌های مختلفی همچون حمل‌ونقل صنایع غذایی صنایع بسته‌بندی صنایع دستی خریدوفروش صنعت هتلداری و اقامتگاهی و نظایر آن‌ها موردنیاز است از این‌رو به‌درستی واژه صنعت در کنار واژه گردشگری قرار گرفته است (دژانگه و همکاران، 1397).

رونق یا رکود صنعت گردشگری در هر کشور به عوامل گوناگونی بستگی دارد رضوانی معتقد است که عواملی در توسعه گردشگری مؤثر واقع شده و نقش عمده‌ای دارند به سه دسته عوامل اقتصادی عوامل اجتماعی فرهنگی و تسهیلات جهانگردی تقسیم می‌شوند. لغت توریسم گردشگری از کلمه تور به معنای گشتن اخذ شده است که ریشه در لغت لاتین تورنس به معنای چرخیدن و رفت‌وبرگشت بین مبدأ و مقصد دارد در فرهنگ و بستره گردشگری به سفری که در آن مسافرتی به مقصد انجام می‌گیرد و سپس بازگشتی به محل سکونت در بردارد گفته می‌شود (صدائی و دهقانی، 1392).

خط‌مشی گذاری در صنعت جهانگردی به‌طور کلی سیاست‌گذاری عمومی گردشگری آن چیزی است که دولت انتخاب می‌کند در رابطه با گردشگری انجام دهد یا ندهد. به تعریف گلدرن خط‌مشی جهانگردی مجموعه‌ای از قوانین و مقررات راهنماها دستورالعمل اهداف توسعه و استراتژی‌هاست که چارچوبی برای تصمیماتی است که مستقیماً توسعه بلندمدت گردشگری و فعالیت‌های روزانه یک مقصد را تحت تأثیر قرار می‌دهد سیاست‌های گردشگری به دنبال اطمینان از بیشینه‌سازی منافع ذینفعان و کمیته سازی هزینه‌ها و آثار منفی در کنار موفقیت مقصد است. تعریف اجل مفاهیم برنامه‌ریزی بازیابی و پایداری را نیز در برمی‌گیرد به این ترتیب خط‌مشی گردشگری عبارت است از مجموعه از شیوه‌های عمل خط راهنما اصول و رویه‌های رو به توسعه که در چارچوب اخلاقی قرار گرفتن این چارچوب در حل مسئله متمرکز است و به بهترین نحو هدف جامعه برآورده شدن اهداف برنامه‌ریزی توسعه محصول و خدمت بازاریابی پایداری در جهت رشد و گردشگری را برآورده می‌سازد، عوامل مؤثر بر اجرای سیاست خط‌مشی گذاری گردشگری جمهوری اسلامی با توجه به اینکه سیاست‌گذاری‌ها از مهم‌ترین قسمت‌های دخالت دولت‌ها در گردشگری است و یکی از زمینه‌ها و بخش‌های این سیاست‌گذاری برنامه‌ریزی برای مدیریت بهتر و استفاده از منابع گردشگری و افزایش جذب جهانگردان برای بازدید از این منابع گردشگری در نهایت افزایش درآمد حاصل از ورود جهانگردان می‌باشد پس واضح است که موفقیت در این صنعت و دستیابی به عواید و منافع مادی و غیرمادی حاصل از آن قبل از هر چیز مستلزم انجام مطالعات جامعه و همه‌جانبه برای شناسایی ابعاد موانع اجرایی سیاست‌های گردشگری کشور می‌باشد (کاوایی و همکاران، 1397).

گردشگری دریایی یکی از جذاب‌ترین و پرطرفدارترین شاخه‌های گردشگری به شمار می‌آید که در دهه‌های اخیر رونق بسیاری یافته و بخش قابل توجهی از اقتصاد گردشگری را به خود اختصاص داده است. کشور ایران با وجود برخورداری از مرزهای ساحلی وسیع در شمال و جنوب تاکنون نتوانسته خدمات مطلوبی را در ارتباط با گردشگری دریایی به گردشگران ارائه نماید. از جمله اقداماتی که می‌توان در این زمینه انجام داد احداث سایت‌های گردشگری دریایی در مناطق ساحلی است (دربان آستانه و همکاران، 1395). مکران، مکران یا مکوران از نظر تاریخی سرزمینی ساحلی در جنوب شرقی ایران بلوچستان و جنوب غربی پاکستان به حساب می‌آید که در طول دریای عمان گسترده شده است. این ساحل علاوه بر زیبایی‌ها و جاذبه‌های گردشگری

بسیاری که دارا است و افراد بسیاری را به سمت خود می کشاند، از نظر جغرافیایی و موقعیت استراتژیکی از موقعیت منحصربه فردی برخوردار است. این منطقه با داشتن سواحل صخره‌ای، ماسه‌ای و مرجانی بی نظیر، همچنین موقعیت عالی برای بازی‌های آبی و ساحلی و از همه مهم‌تر آثار تاریخی و باستانی در کنار دریا می‌تواند یکی از فرصت‌های مناسب برای توسعه گردشگری دریایی در این منطقه باشد، اما ویژگی چشم‌گیرتر این منطقه اتصال مستقیم به اقیانوس است و همین موجب می‌شود کشتی‌های گردشگری از سرتاسر جهان به راحتی به آن دسترسی داشته باشند. در نتیجه با یک برنامه‌ریزی درست، مکران می‌تواند دروازه ورود گردشگران دریایی به ایران و خلیج فارس شود و شرایطی منحصربه‌فرد را برای تبدیل شدن به قطب گردشگری فراهم کند. توسعه بسترهای گردشگری با توجه به زیر ساختارهای زیست‌محیطی مناسب در کنار فرهنگ و اقلیم زیبا و غنی این منطقه می‌تواند علاوه بر این که آن را تبدیل به منطقه‌ای جذاب برای گردشگری در فصل‌های مختلف سال کند، می‌تواند شرایطی برای اشتغال‌زایی و توجه بیشتر به این سرزمین زیبا با مردمانی خونگرم و مهربان را فراهم کند (حقیقت حسینی، عادل، ۱۳۹۷).

با توجه به مطالب پژوهش حاضر سوالات زیر را مطرح نموده است:

1. خطمشی‌های توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری دریایی در سواحل مکران استان سیستان و بلوچستان کدام است؟
2. اولویت‌بندی خطمشی توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری دریایی در سواحل مکران استان سیستان و بلوچستان کدام است؟
3. وضعیت اجرای خطمشی توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری دریایی در سواحل مکران استان سیستان و بلوچستان کدام است؟

روش شناسی

این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع داده‌ها، کمی است. با توجه به نظرسنجی از متخصصان برای بررسی وضعیت موجود، پژوهش حاضر از نظر نحوه اجرا توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل هتلداران، گردشگران، کارکنان و کارشناسان شاغل در سازمان گردشگری شهرستان چابهار می‌باشد که مورد پرسش و نظرسنجی قرار خواهند گرفت. برای گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی استفاده شده است. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از ابزار پرسشنامه خبره استفاده می‌شود. پرسشنامه مورداستفاده در این مطالعه، یک پرسشنامه محقق ساخته بررسی وضعیت موجود و مطلوب است که برای تعیین اهمیت هر یک از عوامل در شرایط موجود و مطلوب نسبت به سایر عوامل در اختیار خبرگان و صاحب‌نظران (جامعه آماری) قرار داده می‌شود. برای تعیین اولویت معیارهای تحقیق حاضر از مدل‌های فریدمن و آزمون T استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

پیشینه پژوهش

موضوع کارآفرینی در گردشگری مساله بسیار مهمی است که امروزه در داخل و خارج از کشور پژوهش‌های زیادی در این حوزه انجام گردیده است از جمله دسترنج و همکاران (1398)؛ کاویانی و همکاران (1397)، علی آبادی و همکاران (1397)، عظیمی و همکاران (1397)؛ شریف زاده و همکاران (1397)؛ دژانگه و همکاران (1397)؛ دشتی و همکاران (1396)؛ باقرنژاد و همکاران (1396)؛ داوری و همکاران (1396)؛ ایمانی و همکاران (1396)؛ قنبری و همکاران (1395)؛ فتاح و طبایحان

(1395)؛ شافعی (1394)؛ جهان‌دیده و همکاران (1394)؛ نصری و همکاران (1394)؛ مرادی و همکاران (1394)؛ سجادی

و همکاران (1393)؛ غفوری و همکاران (1392)؛ کرمی پور (1391)؛ غنیان و همکاران (1390)؛ Akar &

Raagmaa & Klaster et al, 2017؛ Liner, E., & Bhandari, 2017؛ Ciccone, 2018؛ Akdoğan, 2018؛ Stam, 2015؛ Miozzo & DiVito, 2016؛ Mack & Mayer, 2016؛ Kuratko, 2016؛ Keerberg, 2017؛ Stangler & Bell-Masterson, 2015 و ... اشاره نمود.

سجادی و همکاران (1393) در پژوهشی با عنوان ظرفیت‌سنجی گردشگری ساحلی پایدار، مطالعه موردی: شهرستان کنگان به این نتیجه دست یافتند که در راستای نیل به توسعه پایدار گردشگری ساحلی، مقبول‌ترین راهبرد توسعه صنعت گردشگری در شهرستان کنگان، راهبرد بازنگری است. نصری و همکاران (1394) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش دولت و خط‌مشی‌های آن در توسعه کارآفرینی اشاعه و توسعه سریع فناوری، انفجار جمعیت یافشارهای فزاینده جمعیتی، دغدغه‌های رو به فزونی محیط زیستی، مخصوصاً فشار فزاینده جهت استحاله و ادغام در اقتصاد جهانی تحت عنوان جهانی شدن را به عنوان عوامل مهم دخالت دولت در فرآیند برنامه ریزی عنوان می‌کنند.

قنبری و همکاران (1395) در پژوهشی با عنوان ارزیابی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستاهای بخش مرکزی شهرستان انار نتیجه‌گیری کردند که عوامل مرتبط با نقاط قوت، توسعه کارآفرینی در گردشگری مورد مطالعه بالاترین رتبه را داشته‌اند. همچنین، زیرمعیارهای "قرارگرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور" در میان نقاط قوت، "فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنین منطقه" و "قصور و کوتاهی مسئولین دست‌اندرکار" در میان نقاط ضعف، "وجود راه‌های متنوع‌تری برای کسب درآمد" در میان فرصت‌ها و "تخریب آثار تاریخی" و "تغییر کاربری اراضی و چشم‌انداز روستا" در میان تهدیدها حائز بیشترین اهمیت شناخته شدند؛ و باتوجه به نمره‌های حاصل از ماتریس عوامل داخلی و خارجی، راهبرد اصلی استخراجی "حفظ و نگهداری" می‌باشد.

دسترنج و همکاران (1398) در مقاله‌ی با عنوان مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش شناختی نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم) نتیجه‌گیری کردند که عوامل مؤثر در الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری در قالب عوامل اجتماعی-فرهنگی، منابع انسانی، اصلاح قوانین و مقررات، مؤلفه‌های اقتصادی، زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری قابل بررسی هستند.

لئو پاول و همکاران (2014) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی، گردشگری و توسعه منطقه‌ای در فرانسه بیان می‌کنند که پتانسیل گردشگری یک منبع فرصت برای کارآفرینی است که می‌تواند توسعه منطقه‌ای را افزایش دهد. با این حال، تأثیر گردشگری، پیچیده است که ترکیبی از مزایا و هزینه‌ها را نشان می‌دهد سیما ای و همکارانش (2015) در پژوهشی نقش توسعه کارآفرینی در ارتقا گردشگری روستایی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینان روستایی (بافعل و بالقوه) به کمک بیشتری برای تحکیم و توسعه کسب‌وکار خود نیاز دارند، حتی اگر خود مهارت‌های لازم برای آغاز و توسعه

کسب و کارشان را داشته باشند و بخش‌های هدف برای تحکیم کارآفرینی روستایی کشاورزی، فن آوری محصولات کشاورزی، خدمات اساسی و گردشگری هستند. پنگ و همکاران (2016) در پژوهشی با عنوان کارآفرینان اجتماعی: نوآوری گردشگری روستایی از طریق فعالیتهای علوم خدمات به این نتیجه رسیدند که مناطق روستایی ذاتاً متفاوتند، در نتیجه فرصت‌ها و چالش‌های عرضه شده نیز عمومیت ندارند، بنابراین بینش بیشتر نسبت به موضوع برای افزایش کارآفرینان روستایی در گردشگری در سراسر کشور مورد نیاز است. نونجسی و شیمرای (2017) در پژوهشی به بررسی نقش توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری: یک مرور کلی پرداخته‌اند. و نتیجه گیری می‌کنند که صنعت گردشگری به عنوان عامل تغییرات در تغییرات اقتصادی و اجتماعی دیده می‌شود. کارآفرینی گردشگری مشکلات اجتماعی را از بین می‌برد و رشد و توسعه مالی یک کشور را افزایش می‌دهد و منجر به افزایش تولید ناخالص داخلی کشور می‌شود.

مبانی نظری

لغت گردشگر از کلمه تور به معنی گشتن اخذ شده که ریشه در کلمه Tourn به معنای دور زدن گرفته شده است. تور را دوره، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد نیز معنی کرده‌اند (Oxford, 1970).

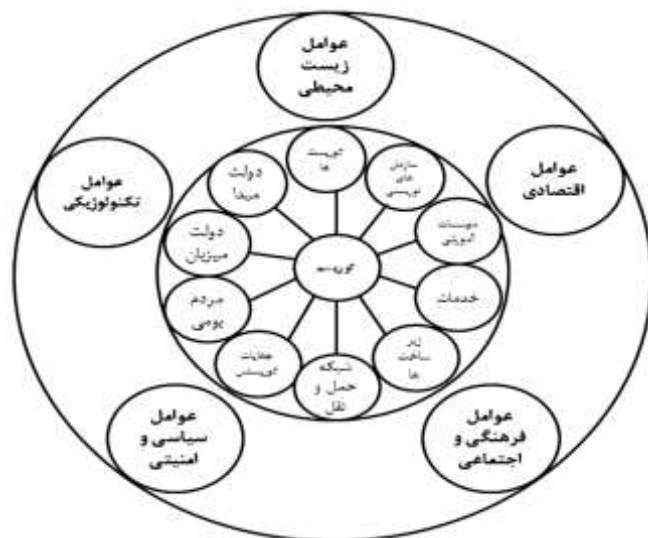
سازمان جهانی گردشگری؛ گردشگری را بر اساس تمایز در رویکرد به مکان بازدید چنین بیان کرده است که عبارت است از فعالیت‌های افرادی که برای استراحت، کار و دلایل دیگر به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده، حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می‌کنند (حسینی نیا، 1396). با در نظر گرفتن بعد تجربه و انتخاب آگاهانه و از روی اختیار گردشگری مسافرتی داوطلبانه و موقتی تعریف شده است که برای بهره‌گیری از چشم‌اندازهای تازه و تجربیات جدید در یک سفر طولانی (از نظر بعد مسافت) شکل می‌گیرد. مورگن روت در تعریف گردشگری به طور کلی به نقش مصرف‌کنندگی گردشگر تکیه نموده، معتقد است گردشگری عبارت است از مسافرت اشخاصی که به طور موقت از محل سکونت خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی، فرهنگی و شخصی خود را به شکل مصرف‌کننده کالاها و خدمات اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند. گردشگری رفتار گروه‌های انسانی است که از ابعاد جغرافیایی فضایی برخوردارند و بازتاب‌های این رفتار نیز فضای جغرافیایی را متأثر می‌سازد. این رفتار جمعی و مشترک انسان‌ها، امروزه در قالب و ساختارهای سیاسی و اداری شکل می‌گیرد و هدایت و کنترل می‌شود و حکومت‌ها در این زمینه نقش اصلی را به عهده دارند. به عبارتی دیگر نوع نگرش و سیاست‌گذاری دولت‌ها و نیز تصمیم و اقدامات آنها می‌تواند تاثیرهای متفاوتی بر فضای جغرافیایی بگذارد (کروبی و همکاران، 1397).

جاذبه‌های گردشگری از سوی سازمان جهانی جهانگردی به سه دسته عمده تقسیم می‌گردند:

- جاذبه‌های طبیعی
- جاذبه‌های فرهنگی تاریخی
- جاذبه‌های ویژه (UNWTO, 2007)

عوامل متعددی در توسعه گردشگری نقش دارند که اهم آنان عبارتند از: 1. ارتقاء جهان بینی و سطح ایدئولوژیک، 2. ایجاد بسترهای مناسب فرهنگی، زیارتی، 3. شناخت و بررسی ظرفیت‌های گردشگری، 4. توسعه برنامه‌ها و مناسبت‌ها، 5. تبلیغات از طریق رسانه‌های جمعی، 6. زیباسازی و مرمت اماکن، 7. برگزاری مراسم خاص، 8. ایجاد تشکل‌های گردشگری، 9. توسعه

شبکه‌های معابر و تسهیل دسترسی، 10. توسعه مراکز فرهنگی، 11. ایجاد مراکز خدماتی و رفاهی در محدوده (Azimi & Amoli, 2016)



نمودار 1. الگوهای تعاملی صنعت گردشگری

بر اساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی (WTO) و برنامه چشم‌انداز توریسم در سال 2020 میلادی، تعداد گردشگران در سراسر جهان به یک میلیون و ششصد هزار نفر خواهد رسید. این سازمان پیش‌بینی کرده که منطقه خاورمیانه پس از شرق آسیا، بالاترین میزان رشد توریسم را در جهان خواهد داشت. بر این اساس در برنامه‌ریزی به‌منظور بهره‌برداری از جاذبه‌های توریستی و اکوتوریستی می‌بایست سیاست‌های کلان دولت و خواسته‌های مردم محلی مورد توجه قرار گیرد (دهکردی، 1392).

گردشگری فعالیتی گسترده است که دارای تأثیرات اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی قابل توجهی بوده و هر یک در جای خود قابل بحث است. بعد اقتصادی این فعالیت، نخستین جنبه‌ای است که سیاست‌گذاران و محققین را به سوی خود جلب نمود و به دلیل بازده مناسب این بخش، تمایل به گسترش آن همه‌گیر شده است، اما به تدریج با آشکار شدن تبعات اجتماعی، فرهنگی و حتی زیست‌محیطی آن، نیاز به بررسی‌های بیشتر پدیدار گردید. گردشگری عنصری حیاتی و ضروری در برنامه‌ریزی برای توسعه اقتصادی شهرها محسوب می‌شود. در متن بازسازی‌های جهانی و غیر صنعتی شدن، گردشگری فرصت‌هایی را برای باز زنده سازی اقتصادهای شهری که در معرض کاهش و رکود هستند، پیشنهاد می‌کند به‌ویژه در مکان‌هایی که گزینه‌های دیگر محدود هستند، منبعی مهم برای اشتغال است (میرحسینی، 1396). از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی گردشگری پایدار درآمدهای مستقیم و غیرمستقیم گردشگری، هزینه‌های بازاریابی، سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در گردشگری توس ساکنان بومی و غیربومی و... را می‌توان نام برد (میرکریمی و همکاران، 1395).

گردشگری دریایی، فعالیت‌های تفریحی و سرگرمی در محیط دریایی است که از سواحل فاصله می‌گیرد و به وسط دریا و اقیانوس می‌رود. این نوع از گردشگری از دهه‌ی 1980 در حال گسترش است. گردشگری ساحلی، طیف کاملی از گردشگری، فراغت و فعالیت‌های تفریحی را که در نواحی ساحلی و آب‌های نزدیک ساحل روی می‌دهد در برمی‌گیرد. بر این اساس عرضه محصولات گردشگری ساحلی شامل اسکان، پذیرایی، صنعت محصولات غذایی، خانه‌های دوم و زیرساخت پشتیبان توسعه ساحلی (مثل خرده‌فروشی‌ها، اسکله و تأمین‌کنندگان فعالیت‌ها) می‌شود (سجادی و همکاران، 1392).

خط‌مشی شامل اجزایی است که اصطلاحاً هدف، محتوا و اثر نامیده می‌شود. هدف به مقصدی گفته می‌شود که خط‌مشی عمومی برای رسیدن به آن شکل می‌گیرد. به‌عنوان مثال، ممکن است هدف حل یک مشکل عمومی باشد. محتوا به بخشی از

خطمشی اطلاق می‌شود که از انتخاب گزینه مناسب حاصل می‌شود. به عبارتی دیگر محتوا همان طریقی است که ما را به هدف می‌رساند (سیکونه، 2018). پریوت و اوپلا خطمشی عمومی را یک تصمیم پایدار می‌دانند که سبب هماهنگی در عملکردهای عمومی می‌شود. خطمشی عمومی با خاصیت تکرار و تداوم خود، نوعی هماهنگی را میان بخش‌ها و سازمان‌های مختلف به وجود می‌آورد و وحدت ملی را ممکن می‌سازد. از دیدگاه دیگر، خطمشی عمومی عبارت است از تصمیمات و سیاست‌هایی که به وسیله مراجع بخش عمومی مانند مجلس، دولت، قوه قضائیه که نماینده حفظ منافع عمومی هستند اتخاذ می‌شود. دولت، یک نهاد قانونی خطمشی گذاری عمومی است که به صورت‌های مختلف مانند وضع قوانین، ضوابط و مقررات، به بیان خطمشی عمومی می‌پردازد (دانایی فرد، 1395).

مفهوم کارآفرینی به دلیل ابعاد گسترده و تأثیرگذاری متقابلی که با اقتصاد، فرهنگ، جامعه، ساختار جمعیتی، تکنولوژی و بسیاری دیگر از ابعاد اجتماعی دارد، مورد توجه علوم مختلفی واقع شده است. هر محقق بر اساس حوزه نظری خود سعی در تعریف کارآفرینی نموده است. به همین دلیل تعاریف بسیار زیادی در مورد این مفهوم وجود دارد. لذا ارائه یک تعریف جامع از کارآفرینی کار آسانی نیست. برای نمونه برخی تعاریف کارآفرینی بر رویکرد فرصت محور تأکید دارند. کرزنر (1979) کارآفرینی را شناسایی و اقدام برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار تعریف کرده است. شین (2003) کارآفرینی را فرایند کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و تولید خدمات و کالاها معرفی کرده است. به نظر وی مطالعه کارآفرینی در واقع مطالعه منابع به وجود آورنده فرصت‌ها، فرایند کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و همچنین افرادی می‌باشد که فرصت‌ها را کشف، ارزیابی و بهره‌برداری می‌کنند و به راه‌اندازی کسب‌وکار جدید یا خوداشتغالی منجر می‌گردد. شین (2010)، مهم‌ترین نوآوری مدل خود را توجه هم‌زمان به دو مقوله فرد و محیط می‌داند؛ که در سایر تحقیقات کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از دیدگاه لوندراستورم و استیونسون کارآفرین فردی است که فرصت‌های بازار را تشخیص داده، منابع مورد نیاز را برای دستیابی به فرصت را فراهم و در نهایت از آن به خلق ارزش می‌پردازد. کارآفرینی عملی است که یک فرد کارآفرین با به‌کارگیری ظرفیت‌ها، سازمان‌دهی و مدیریت سرمایه‌ها، پذیرش تمامی ریسک‌ها برای دستیابی به سود تلاش می‌کند. هنگام مطالعه کارآفرینی باید ابعاد فرآیند کارآفرینی، رفتارها و اقداماتی که منجر به ظهور فعالیت‌های کارآفرینی در جامعه می‌شود را در نظر گرفت؛ به عبارت دیگر، فرآیند کارآفرینی پیش از راه‌اندازی کسب‌وکار شروع می‌شود و رفتارهایی را در برمی‌گیرد که به رشد کسب‌وکار می‌انجامد (میوزو و دیویتو، 2016). به نظر می‌رسد یک تعریف واحد در مورد کارآفرینی وجود ندارد؛ اما می‌توان گفت کارآفرینان از طریق توسعه ساختار موجود بازار و ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به‌طور خلاقانه‌ای کالای جدید، شیوه‌ی تولید جدید و در نهایت شیوه‌های سازمان‌دهی الگوهای تولید و منابع را خلق و توسعه می‌دهند (ناپیر و هانسن¹، 2011).

کارآفرینی می‌تواند به تغییر ساختاری و شکل‌گیری صنایع جدید مانند صنعت گردشگری کمک کند (کنفرانس سازمان تجارت جهانی در مورد تجارت و توسعه، 2015). توسعه کارآفرینی گردشگری را می‌توان فرایند افزایش ارائه و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری دانست. ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد، منابع و افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود. اگرچه نباید تصور کرد که کارآفرینی گردشگری تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای این بخش است اما با قاطعیت می‌توان گفت که بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (نجفی توه خشکه و آزادی، 1391). کارآفرینان گردشگری برقرارکننده تعادل هستند؛ از یک طرف تماس مستقیم و نزدیک با جوامع محلی و آداب و سنن در منطقه گردشگری برقرار می‌کنند و از طرف دیگر ممکن است منابع محلی باکیفیت بالا را به کالا و خدمات گردشگری تبدیل کنند (روسو و همکاران²، 2012). کارآفرینی گردشگری موجب اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری و ناهنجاری‌های

1 Napier & Hansen

2 Rusu et al

اجتماعی می‌شود. رکن‌الدین و همکاران (1395) معتقدند که کسب‌وکارهای کوچک این مزیت را دارند که موانع کمی برای ورود آن‌ها به بازار خدمات وجود دارد به‌علاوه به سبب دارا بودن انعطاف‌پذیری بالا می‌توانند تقاضاها و نیازهای متنوع مشتریان را از طریق ارائه خدمات درخور و مناسب برآورده سازند بنابراین کارآفرینان از طریق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌توانند تأثیر زیادی در موفقیت هر صنعتی از جمله گردشگری داشته باشند. این ایده به‌نوعی دربرگیرنده سخن پیتز دراکر (1985) است که کارآفرینی را نیروی محرک و پیش‌برنده تغییر، نوآوری و اشتغال می‌داند و مطرح می‌کند که کارآفرینی برای تأمین تقاضا و نیازهای به‌سرعت در حال تغییر مشتریان گردشگری امری حیاتی است (دسترنج و همکاران، 1398). فعالیت‌های کارآفرینانه و فرصت‌های کارآفرینی به توانایی‌ها و ترجیحات افراد بستگی دارند که به‌وسیله شرایط زیربنایی تکنولوژیکی، اقتصادی، فرهنگی و نهادی تعیین می‌شوند. درنهایت این شرایط با ایجاد فرصت‌ها، ظرفیت‌ها و ترجیحات می‌تواند در توسعه کارآفرینی و عملکرد اقتصادی تأثیر داشته باشد. برخی از این عوامل زمینه‌ای مؤثر بر توسعه کارآفرینی به شرح زیر هستند (نانس¹، 2013). مطالعه زمینه یا عوامل محیطی می‌تواند به یکپارچه‌سازی چارچوب‌ها و نظریه‌های موجود در کارآفرینی کمک کند. همچنین می‌تواند بستری مهیا کند تا محققان عوامل محیطی را مدنظر قرار دهند.



نمودار 1. عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی

منبع: علی‌آبادی و همکاران، 1397

مدل‌های موجود درزمینه توسعه کارآفرینی و توسعه کارآفرینی گردشگری، ابعاد متفاوتی را مورد تأکید قرار می‌دهند. با توجه به تنوع موجود در بخش خدمات گردشگری و تفاوت‌های موجود بین مقاصد گردشگری، استفاده از مدل‌های ارائه‌شده برای یک مقصد گردشگری نمی‌تواند تمام جوانب یک مقصد دیگر را پوشش دهد.

با توجه به مطالعات صورت گرفته در حوزه گردشگری، کارآفرینی و ادغام این دو موضوع می‌توان نمودار زیر را برای خط‌مشی‌های کارآفرینی در گردشگری ترسیم نمود:

خط مشی های توسعه کارآفرینی حوزه گردشگری



نمودار 2. خط مشی های کارآفرینی در گردشگری

شناخت محدوده مورد مطالعه

استان سیستان و بلوچستان استانی در جنوب شرقی ایران است که دارای جمعیتی برابر با ۲,۷۷۵,۰۱۴ نفر می باشد؛ و پس از استان کرمان به عنوان دومین استان پهناور کشور محسوب می گردد. ساحل مکران به خط ساحلی ایران در محدوده دریای عمان اطلاق می شود. بیشتر خط ساحلی مکران در استان سیستان و بلوچستان قرار دارد. از اهمیت ساحل مکران همین بس که تنها بندر اقیانوسی ایران، یعنی چابهار، در آن قرار گرفته است. نام این خط ساحلی در کتابهای تاریخی بسیار قدیمی هم آمده است و نام آن با تجارت و دریانوردی ایران گره خورده است.

تحلیل یافته ها

با توجه به ساختار پژوهش و روش تحقیق مشخص شده با استفاده از آزمون t و فریدمن برای رتبه بندی خط مشی ها مورد استفاده قرار می گیرد. پرسشنامه استفاده شده برای جمع آوری اطلاعات برای بررسی وضعیت موجود و وضعیت مطلوب طراحی شده است. وضعیتی که در حال حاضر برای اجرای خط مشی های گردشگری دریایی در چابهار می باشد در حال حاضر چگونه است و باید چگونه باشد؟ که با پخش پرسشنامه ها بین خبرگان این حوزه در اینجا به بررسی و رتبه بندی شاخص ها با استفاده از اطلاعات بدست آمده پرداخته می شود:

جدول 1. پایایی پرسشنامه

هنجاری	تنظیمی			شناختی			هنجار	تنظیم	شناخت	
	قبل	حین	بعد	قبل	حین	بعد				
آلفای کرونب اخ	98/0	95/0	96/0	97/0	98/0	96/0	97/0	96/0	95/0	97/0
پایایی ترکیبی	99/0	96/0	97/0	99/0	99/0	97/0	98/0	975/0	97/0	97/0

سنجش پایایی پرسشنامه به ما این اطمینان را می دهد که در صورت تکرار پژوهش نتایج متناقض بدست نمی آید و داده ها با ضریب اطمینان بالا علمی می باشند. همانطور که در جدول بالا نشان داده شده ضریب اطمینان بالای 95 درصد می باشد و این ضریب اطمینان بالای پرسشنامه را بیان می کند.

جدول 2. مقایسه وضعیت موجود و مطلوب خط مشی های کارآفرینی گردشگری دریایی و رتبه بندی آنها

رتبه	میانگین	مطلوب		موجود		خط مشی ها
		P	t	انحراف میانگین معیار	انحراف میانگین معیار	
4	3/62	0/003	8/24	0/895	3/546	ترویج فرهنگ برتری گرایش به خلق کسب و کار به جای کارمندی
7	3/12	0/001	7/34	1/54	4/54	ترغیب و تشویق کارآفرینان بالقوه برای شروع کسب و کار
2	3/78	0/001	8/87	0/875	3/54	توجه ویژه به افراد با ظرفیت بالا (مانند محققان، مخترعان و ..)
9	2/99	0/001	6/97	1/24	4/98	تبیین راهبرد هر یک از انواع گردشگری
1	3/98	0/001	8/98	0/894	3/87	تغییر نگرش مدیران کلان کشور نسبت به گردشگری
6	3/18	0/003	8/24	1/24	4/65	اعطای جوایز صادراتی به واردکنندگان گردشگر
10	2/89	0/003	9/68	0/874	3/54	اعطای جوایز ویژه به تورگردان ها
5	3/47	0/003	7/97	0/645	2/547	برگزاری فستیوالهای مختلف (گلاب گیری، کوچ، صنایع دستی)
8	3/01	0/003	8/97	0/845	3/657	تشبیت جایگاه گردشگری در آینده کشور

3	3/69	0/006	9/87	0/987	4/176	0/348	1/541	اعطای جوایز و پاداش به فعالیتهای کارآفرینانه اثربخش
1	4/02	0/003	8/54	0/864	3/875	0/412	1/657	حمایت ویژه از کسب و کارهای مولد فعالیتهای کارآفرینانه
2	3/95	0/001	6/95	1/24	4/657	0/31	1/12	تسهیل انتقال فناوری
7	3/52	0/001	8/74	0/896	3/546	0/748	3/454	حمایت‌های غیرمستقیم مالی مانند مالیات‌ها، تأمین اجتماعی و ...
4	3/71	0/001	6/45	1/34	4/354	0/997	4/745	ایجاد تناسبی جدید بین نیازها و منابع به ظاهر غیر مرتبط
3	3/87	0/001	7/82	0/914	3/654	0/348	1/541	حمایت از فعالیتهای مخاطره‌آمیز نوپا
10	3/17	0/001	9/84	0/612	2/657	0/597	2/54	قانون بازار کار و تسهیل برنامه‌ریزی منابع انسانی
11	2/94	0/001	8/78	1/24	4/657	0/942	4/874	حمایت‌های مستقیم مالی از گروه‌های خاص
8	3/42	0/000	7/45	0/854	3/657	0/874	3/546	تسهیل فرایند ثبت شرکت
9	3//39	0/001	9/87	0/798	3/157	0/765	3/45	به حداقل رساندن موانع نظارتی برای شروع کسب و کار
5	3/68	0/003	7/58	1/21	4/64	0/354	1/32	ارائه تضمین اعتباری و بیمه‌ی صادراتی
6	3/53	0/001	8/57	0/94	3/54	0/61	2/24	ترویج شبکه‌های ارتباطی بین کسب-وکارها و ...
1	3/97	0/001	9/758	0/987	4/245	0/398	1/24	توسعه مهارت‌های موردنیاز عامه مردم و کارآفرینان بالقوه
2	3/92	0/001	8/57	0/874	3/654	0/574	2/245	ارائه خدمات مشاورهای در برنامه‌های کسب و کار و شرکت‌های نوپا
3	3/88	0/001	9/587	0/547	2/874	0/687	3/345	ارائه آموزش‌های لازم برای خوداشتغالی در حوزه مشاغل خانگی
4	3/87	0/001	6/745	1/15	4/654	0/542	2/224	کمک به درک فرصت‌های خوب راه‌اندازی کسب و کار در خانه
5	3/85	0/001	7/875	0/87	3/574	0/674	2/324	توسعه زیرساخت‌ها نظیر پارک علم و فناوری، مراکز رشد
6	3/83	0/003	8/47	1/24	4/358	0/574	2/542	برنامه‌های آموزشی، ارائه اطلاعات و مشاوره در زمینه کارآفرینی

7	3/81	0/001	9/57	0/798	3/654	1/15	4/45	آموزش عمومی به مردم برای برخورد با گردشگرها
8	3/73	0/001	8/42	1/24	4/354	0/845	3/845	برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌های تورگردانی
9	3/69	0/001	9/75	0/587	2/54	0/547	2/542	برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌های هتل داری
10	3/64	0/001	6/47	1/19	4/541	0/645	2/54	ایجاد پل ارتباطی با اسطوره‌ها و کارآفرینان برتر
11	3/61	0/001	7/75	0/897	3/547	0/324	1/547	تأسیس انجمن‌های علمی
12	3/58	0/001	8/58	0/987	4/654	0/549	2/543	آموزش و مشاوره مالی به کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب‌وکار
13	3/52	0/003	9/87	0/854	3/654	0/594	2/654	راهنمایی کارآفرینان از طریق راه‌اندازی روند اجرایی
14	3/48	0/002	8/587	0/798	3/654	0/642	2/541	آموزش و مشاوره مالی به کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب و کار
15	3/42	0/001	7/78	1/12	4/254	0/745	3/65	آموزش سواد مالی و حسابداری موردنیاز کارآفرینان
16	3/39	0/001	9/578	0/812	3/654	0/547	2/674	آموزش و مشاوره مدیریت و حقوقی موردنیاز کارآفرینان
17	3/38	0/001	6/784	1/24	4/542	0/612	2/654	پخش مستمر برنامه‌های رادیو و تلویزیونی
18	3/37	0/001	8/472	0/875	3/654	0/442	1/542	آموزش‌های بازاریابی و کنترل‌های مالی و حقوقی برای مدیران
19	3/35	0/001	9/84	0/792	3/365	0/564	2/541	اشاعه دانش مدیریت به صاحبان کسب‌وکارها
20	3/32	0/001	7/45	0/457	2/657	0/614	2/354	برگزاری کارگاه‌های آموزشی موردنیاز در زمینه کار و ارتقای دانش
21	3/25	0/001	8/56	0/795	3/345	0/574	2/325	کمک به توسعه فرهنگ کارآفرینی در بخش‌های دولتی و خصوصی
22	3/19	0/001	8/427	1/01	4/194	0/754	3/542	برگزاری دوره‌های آموزشی برای تقویت مهارت‌های تجاری
23	3/12	0/001	7/546	0/821	3/697	0/569	2/548	معرفی مناطق مستعد گردشگری برای سرمایه گذاران

در جدول 2 رتبه بندی خط مشی شناختی، تنظیمی و هنجاری با آزمون فریدمن صورت گرفته است. در جدول 3 مشخص شده که هر بخش از خطی مشی‌ها داری چه میزان اهمیت بطور کلی می‌باشد. خطی مشی شناختی با میانگین رتبه 3/87 دارای بالاترین اهمیت می‌باشد. جایگاه دوم مربوط به خطی مشی هنجاری می‌باشد و در نهایت رتبه سوم اهمیت خطی مشی تنظیمی می‌باشد.

جدول 3. آماره آزمون فریدمن

ابعاد	میانگین رتبه ها	درجه آزادی	آماره خیدو	سطح معنی داری
خط مشی‌های تنظیمی	3/24	29	35/74	0/002
خط مشی‌های هنجاری	3/57	29	32/42	0/001
خط مشی‌های شناختی	3/87	29	33/87	0/001

جمع بندی و راهکارها

گردشگری و کارآفرینی از جمله موضوعات نوپا در نوشتارهای علمی جهان محسوب می‌شوند. بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای افراد، متضمن گردشگری ایمن و مطلوب برای گردشگران باشد. نکته اساسی در تحقق و فعالیت کارآفرینانه در سطح اجتماع، فراهم بودن زمینه‌ها در جامعه، یا در واقع چیزی است که امروزه از آن با عنوان «فضای کارآفرینی» یاد می‌شود.

در این پژوهش تلاش گردید تا به بررسی یمبانی گردشگری و کارآفرینی و تبیین خط مشی‌های آن پرداخته شود که بر حسب مطالعات انجام شده این خط مشی‌ها در 3 بعد تنظیمی، شناختی و هنجاری تبیین گردید و تلاش گردید تا با استفاده از ابزار پرسشنامه به بررسی وضع موجود و مطلوب آن در قالب ابزار پرسشنامه پردازد و در گام بعدی با استفاده از روش تحلیل آماره T وضعیت این شاخص‌ها را بررسی و با بکارگیری روش آزمون فریدمن در محیط نرم افزار SPSS به رتبه بندی آنها پردازد.

با توجه به اطلاعات بدست آمده از فصل چهار و ضرایب t کوچک تر از ناحیه بحرانی جدول با ضریب اطمینان 95 درصد می‌توان نتیجه گرفت که شرایط مناسبی در وضعیت موجود وجود ندارد و خبرگان بیان داشته‌اند که شرایط موجود نامناسب است. و همچنین جدول مقایسه شرایط موجود و مطلوب شکاف زیادی بین شرایط موجود و مطلوب را نشان می‌دهد که نتیجه‌گیری می‌شود که وضعیت اجرای خط مشی‌ها نامناسب هست و نیاز به بهبود دارد و فاصله دارد با شرایط مطلوب که برای رسیدن به شرایط مطلوب نیاز به بهبود و اصلاح شیوه‌های اجرایی موجود دارد. مطابق نتایج تحلیلی رابطه میان متغیرها از نوع مستقیم و معنادار بوده بعلاوه میانگین رتبه‌ها نشان می‌دهد که خط مشی‌های شناختی با میانگین 3.87 در اولویت اول قرار دارد.

در نهایت این پژوهش بر حسب نتایج بدست آمده و نتایج سایر پژوهش‌ها راهکارهای زیر را ارائه نموده است:

- توجه به ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی مجریان در رده‌های بالا و عملیاتی جهت اجرای صحیح خط مشی‌ها؛
- هدف‌گذاری و تدوین صحیح خط‌مشی بر اساس نیاز سنجی‌ها؛
- ارزیابی تخصص و مهارت مجریان در اجرای خط مشی‌ها؛

- حمایت از سوی مراجع قانونی- حقوقی برای کارآفرینان این حوزه و انتخاب ابزار مناسب و منابع لازم برای اجرای خطمشی گردشگری دریایی
- در خط مشی‌های هنجاری دولت با نقش بزرگترین متصدی این بخش با فرهنگ‌سازی و آموزش در این حوزه امکان حرکت برای توسعه کارآفرینی در این بخش ایجاد می‌کند.
- دولت با تنظیم و هماهنگی بین بخش‌ها می‌تواند به توسعه و پیشرفت کارآفرینی کمک کند.
- در هر مرحله از اجرای خطی مشی‌ها توسط مجری که دولت می‌باشد در نقش تنظیمی مجریان باید بر اساس اولویت‌بندی‌ها خطی‌مشی‌ها را اجرا کنند و نظارت داشته باشند بر شیوه صحیح اجرای خط مشی‌ها که این امر جهت سرعت بخش حرکت از وضعیت موجود به سمت وضعیت مطلوب می‌باشد.

فهرست منابع

1. ایمانی، عبدالمجید، یعقوبی، نورمحمد، مبارکی، مسلم. (1396). شناسایی و اولویت‌بندی خطمشی‌های توسعه کارآفرینی بخش تعاون. نشریه توسعه کارآفرینی. 35: 21-39
2. دربان آستانه، علیرضا؛ فردوسی، سجاد و شاه‌محمدی، حمیدرضا (1397). شناسایی مطلوب‌ترین نقاط جهت احداث سایت گردشگری دریایی مطالعه موردی: شهرستان تنکابن. فصلنامه اطلاعات جغرافیایی، 27(106): 229-239.
3. دژانگه، کاظم. سیفی، مهدی. کامیاب، مهدی. (1397). تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری دریایی و ارائه برنامه عملیاتی برای توسعه آن. بیستمین همایش صنایع دریایی.
4. دسترنج، حکمت‌اله؛ کاظمی، مهدی؛ کرد، باقر؛ کمالیان، امین و روشن، سیدعلیقلی (1398). مطالعه ابعاد و مولفه های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش-شناختی نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم). فصلنامه جغرافیا(برنامه ریزی منطقه ای)، 34(1): 97-111.
5. سجاسی قیداری، حمداله (1391). اراده الگوی توسعه کارآفرینی اکتوریسم در مناطق روستایی مورد مطالعه : روستاهای دره ای اکتوریستی استان تهران، رساله دکتری در رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
6. شهرکی ده سوخته، سمیه؛ خبازی، مصطفی و سارانی، سمانه (1397). مکان یابی دهکده های گردشگری در شهرهای ساحلی (مورد مطالعه: جزیره قشم). نشریه گردشگری شهری، 5(2): 101-119.
7. عربین، ابوالقاسم. عبدالله زاده، غلامحسین. شریف زاده، ابوالقاسم. محسنی، احمد. (1389). شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های تعیین‌کننده‌ی کارآفرینی کسب‌وکارها. نشریه توسعه کارآفرینی. 2: 65-97.
8. علی آبادی، ابراهیم. عزیز، محمد. تبریز، اکبر. داوری، علی. (1397). شناسایی موانع اجرای خط مشی‌های کارآفرینی و نوآوری در برنامه های توسعه جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی-پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، 31: 95-132.
9. قنبری، سیروس و دهقان، محمدحسین و میرکی اناری، حسین (1395). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، مطالعات مدیریت گردشگری، 10(32): 1-20.

10. کاویانی، ابوطالب؛ رحمانی، بیژن؛ رضویان، محمد تقی و علیپور نخی، عباس (1397). ارزیابی نقش و تاثیر توسعه‌ی فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان). نگرش های نو در جغرافیای انسانی، 10(2): 251-275.

11. Akar, S., & Akdoğan, D. A. (2018). Environmental and Economic Impacts of Wave Energy: Some Public Policy Recommendations for Implementation in Turkey. In Sustainable Development: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications (pp. 1187-1211). IGI Global.
12. Aquino, R. and Luck, M. and Schänzel, H. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 37, pp: 23 – 32.
13. Azimi Amoli, J., & Jamdar, A. (2016). Regeneration of worn-out urban textures with urban good governance approach (case study: Deh-e- Vanak district). *Journal of Regional Planning*, 25(2), 85-99. (Persian)
14. Ciccone, A. (2018). Environmental effects of a vehicle tax reform: empirical evidence from Norway. *Transport Policy*, 69, 141-157.
15. Klaster, E., Wilderom, C. P. M., & Muntslag, D. R. (2017). Balancing Relations and Results in Regional Networks of Public-Policy Implementation. *Journal of public administration research and theory*, 27(4), 676-691.
16. Nongsiej, Prosperous & Shimray, Somipam R. (2017) presented a paper on “The ROLE of ENTREPRENEURSHIP in TOURISM INDUSTRY: An Overview” in the National Seminar on Entrepreneurial Opportunities for Educated Youth in Global Business, at Pondicherry University, Puducherry on 8th March, 2017.
17. Peng, K. L. Peng, K.L., Lin, P.M. and Lin, P.M. (2016). Social entrepreneurs: Innovating rural tourism through the activism of service science. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6): 1225-1244.
18. Sima, E. Bordânc, F. and Sima, C. (2015). Entrepreneurship Role in Promoting Rural Tourism. *Agricultural Economics and Rural Development*, 12(1): 71-80.